

POINT DE PERFORMANCE

L'IMPORTANCE DES MÉDIAS

COMMENT SE PRÉSENTER SOUS SON MEILLEUR JOUR

PAR MARINA HAWKESWOOD, , RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS, CCM-PACIFIQUE

Peu de gens aiment accorder des entrevues. Mais comme le savent les gens qui ont été en vedette, les médias peuvent s'avérer un puissant véhicule pour transmettre votre message. Que vous soyez un politicien, une personnalité du cinéma, un entraîneur ou une athlète, votre rapport avec les médias est essentiel à la croissance de votre carrière. En tant qu'athlète de haut niveau, il est extrêmement important de bénéficier du support de votre communauté tout au long de votre quête de médailles. Les commanditaires et les bailleurs de fonds ne pourront vous connaître que si vous partagez vos rêves avec le grand public, alors vous devez être bien préparé(e) lorsqu'un journaliste frappe à votre porte.



DERRIÈRE LE MICRO

Il est possible que l'on ne vous ait jamais interviewé(e) même si vous êtes un sportif ou une sportive de longue date. Ou encore, vous avez peut-être l'impression que vous auriez pu faire mieux pendant une entrevue. Afin de bien vous préparer, vous devez d'abord établir quelques lignes directrices en demandant au journaliste quelles seront les questions qu'il ou elle prévoit vous poser. S'il y a un sujet que vous préférez éviter, le journaliste aimerait bien en être informé. Voici quelques conseils généraux qui vous aideront à gérer votre expérience avec les médias.

- Regardez la journaliste lorsque vous répondez à ses questions; ne regardez pas la caméra.
- Respirez et parlez plus lentement que vous le croyez nécessaire : il est normal d'avoir un débit plus rapide lorsqu'on est nerveux.
- Il est acceptable de demander au journaliste de répéter ou de clarifier la question.
- Évitez de répondre par un seul mot. Répéter la question avant d'y répondre fournit d'excellents clips sonores que les médias peuvent ensuite réutiliser.
- Aidez le public à vous découvrir et à découvrir votre sport tout en évitant les clichés. Personne ne veut entendre « c'est la vie » ou « j'ai donné mon 100 % ». Utilisez votre temps avec les médias pour transmettre des détails (lorsque cela est approprié) sur votre performance – le comment, le pourquoi, etc.
- Soyez naturel(le). N'érigez pas de mur entre vous et la journaliste si vous voulez attirer l'attention du public. Si cela est approprié, essayez de partager de petites anecdotes personnelles que vous aimeriez faire connaître au public, comme votre repas favori avant un match, les affiches que vous aviez sur votre mur quand vous étiez ado, etc. Ceci aidera le public à développer un sentiment affectif envers vous.
- Respectez les médias autant que possible et ils vous respecteront en retour.



MESSAGES CLÉS

Avant d'accorder une entrevue, vous devez réfléchir à ce que vous allez dire et à la manière dont vous souhaitez être perçu(e). La rédaction de vos messages clés à l'avance vous aidera à maîtriser le ton d'une entrevue. Les messages clés varient selon les circonstances, mais plusieurs athlètes adoptent un ou deux points auxquels ils adhéreront pendant toute leur carrière. Vous entendrez souvent des athlètes professionnels affirmer qu'ils éprouvent une grande passion envers le jeu, un message qui est vraiment « sans danger ». Pour établir vos messages clés, il suffit de respecter ces trois points :

- Racontez votre histoire
- Informez le public sur votre sport
- Assurez-vous que l'entrevue ait un ton positif



Cela peut sembler banal, mais il est bon de pratiquer vos messages clés à voix haute. Demandez à un ou une ami(e) de s'asseoir avec vous et de vous interviewer, ou parlez au miroir dans votre salle de bain! Comme vous le savez, lorsqu'on est athlète, il faut pratiquer, pratiquer et pratiquer!

LE BAPTÊME PAR LE FEU

La controverse fait partie du sport. Il est possible qu'à un moment donné, vous vous retrouviez au cœur d'un point contentieux ou d'un conflit, soit entre vous et un autre athlète, ou avec un entraîneur, ou même avec l'organisme dirigeant de votre sport. Une accusation de dopage est l'une des questions les plus sérieuses auxquelles un ou une athlète doit faire face. Vous devez faire preuve de professionnalisme et être prêt(e) à répondre aux questions que l'on vous posera à ce sujet. Voici quelques exemples de questions épineuses :

- Un athlète canadien a récemment obtenu un résultat positif au test de dépistage des substances interdites. Quel sera l'impact de ce résultat sur les athlètes canadiens?
- Vous avez tendance à craquer sous la pression. Quelle sera votre approche pour la prochaine compétition?
- Nous avons besoin d'hôpitaux, d'argent pour l'éducation, de soins de la santé et de recherche pour la carrière. Pourquoi devriez-vous financer les athlètes?
- Il y a une rumeur d'attaque terroriste dans la ville de (...) pendant les Jeux. Avez-vous peur?

Lorsqu'on vous pose l'une de ces questions difficiles, il pourrait vous être utile d'utiliser des phrases transitoires pour changer le cours de la conversation et l'orienter vers l'un de vos messages clés. Voici quelques exemples :

- En fait, cela n'est pas tout à fait précis. Je crois que...
- Là n'est pas vraiment la question. La véritable question est...
- Il est tout aussi important de penser à...
- Il faut aussi penser à la question qui concerne...

Toutefois, ne vous sentez pas obligé(e) de répondre à des questions qui risquent de vous impliquer dans un problème qui vous ne concerne pas. Il est parfois préférable de dire « je n'ai pas de commentaires à ce sujet ».



CONNAISSEZ VOTRE PUBLIC

Le public varie selon les médias, particulièrement si vous concourez à travers le monde. Mais où que vous soyez, vos publics les plus importants sont les enfants et leurs familles, ainsi que vos commanditaires. Par conséquent, vous devez toujours être à l'affut des besoins de votre public et choisir vos paroles avec soin. Vous êtes souvent un modèle à émuler aux yeux des enfants. C'est pourquoi il est bon de vous concentrer sur vos messages clés axés sur les futures générations d'athlètes. Quand vous étiez jeune, il est probable que vous ayez été motivé(e) à pratiquer un sport parce que vous avez vu l'un de vos héros faire quelque chose d'extraordinaire. Assurez-vous d'en faire de même pour les futures générations et encouragez-les à être actives.



Votre public d'aujourd'hui pourrait devenir votre commanditaire de demain : vous ne savez pas qui s'intéressera à vous et voudra vous aider. Alors, assurez-vous de toujours montrer ce qui vous rend unique, comme votre personnalité, vos talents ou vos intérêts particuliers. Tout ce qui vous rend commercialisable vaut la peine d'être souligné pendant une entrevue, mais assurez-vous de le faire avec bon goût.

POUR VOUS PRÉPARER D'AVANTAGE

Formation en médias avec l'athlète canadien olympique Crispin Duenas

VIDÉO: <http://youtu.be/9JzwVj0OM6o>

Le livre de formation en média du CCM-Pacifique « Unforgettable Athletes »,

Demandez une copie à la coordonnatrice des services aux athlètes.

¹ Clark Le Poole, Karen. Canadian Sport Centres' Unforgettable Athletes: A Media Training Workshop. 2003